

*С. П. Гурская, к. э. н., доцент;*

*БТЭУ ПК, г. Гомель*

*В. А. Михарева, к. э. н., доцент*

*ГГТУ, г. Гомель*

## **РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ СЕТЕВЫХ ОПЕРАТОРОВ**

Розничная торговля Республики Беларусь – одна из самых развитых сфер реального сектора, которая значительно усилила влияние на экономику страны и производителей. Ритейл в Республике Беларусь занимает второе место среди отраслей экономики по вкладу в ВВП страны, что составляет 9,7 % [3].

В настоящее время состояние торговли как отрасли определяют розничные торговые сети различной специализации, доля которых в зарубежных странах составляет 60–90 % товарооборота.

В торговой отрасли республики сложился круг основных сетевых организаций: в сегменте продовольственной розницы – торговые сети «Евроопт», «Корона», «Гиппо», «Соседи», «Вита-

люр», «Алми» и др., в торговле непродовольственными товарами – торговые сети «Остров чистоты», «ОМА», «5 элемент», «Мила», «Буслік» и др. Розничная торговля в большей части форматов представлена отечественными торговыми организациями. Всего сетевым ритейлерам принадлежит 28 546 магазинов. Это 65,3 % от общего количества всех торговых объектов в Беларуси. Доля сетевых игроков в розничном товарообороте республики составляет более 30 %.

В развитии отечественной сетевой торговли выделяют два этапа.

Первый этап (2005–2011 гг.) – появление сетевого ритейла. В этот период по отношению к сетевым организациям наблюдалось: административное регулирование цен; завышенные ожидания от крупных форматов (гипер- и супермаркетов); низкая маркетинговая культура.

Второй этап (2011–2018 гг.) – период бурного развития отечественного сетевого ритейла, характеризующийся:

- разрастанием отечественных торговых сетей и консолидацией отрасли, в том числе за счет активного строительства новых торговых площадей и торговых объектов различных форматов;
- активным продвижением торговых сетей в регионы, что подразумевало активное открытие региональных представительств (в городах с населением от 100 тыс. чел. и достаточно высоким уровнем доходов);
- привлечением иностранных экспертов, учитывая отсутствие профессиональных знаний и практических навыков в организации сетевой торговли.
- преобладанием доли крупных форматов в розничном товарообороте республики, хотя в мире развитие розничных торговых сетей происходит за счет малого формат;
- ростом сегмента Privat Label или СТМ (собственная торговая марка). Если в Европе СТМ занимают более 30 % в обороте ритейлеров, то в Беларуси только 9 %. Самыми популярными категориями для СТМ в Беларуси являются бакалея, молочные продукты и гигиенические принадлежности.

Крупные торговые сети активно внедряют новые технологические решения для нашего потребительского рынка – «Салат-бар» и «Солянка бар», чистка, разделка и маринование рыбы, приготовление свежесжатого сока из выбранных фруктов, бесплатный WI-FI, точки беспроводной зарядки телефонов на столах фуд-кортов и пр.

В белорусском сегменте «Техника и электроника» наиболее успешно работает торговая сеть «5 элемент» (54 магазина), которая открывает магазины в новой концепции организации пространства: зонирование, эмоциональный дизайн, удобное представление ассортимента, промо-зоны, омниканальность.

Все это свидетельствует о позитивных процессах в торговой отрасли, но по-прежнему остаются проблемные вопросы:

- дефицит торговых площадей;
- приоритет у значительного числа отечественных производителей ориентации на рынок Российской Федерации, и как следствие, рост цен на внутреннем рынке;
- государственное регулирование торговой деятельности;
- низкая публичность отдельных игроков рынка;
- существующее лобби интересов отдельных сетевых игроков;
- недостаток квалифицированных кадров в области сетевой торговли [3].

Действующим законодательством установлено инфраструктурное ограничение развития торговых сетей при достижении доли 20 % в объеме розничного товарооборота в определенном регионе [1].

Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь предлагает новую концепцию проекта нормативного правового акта о противодействии монополизации в области торговли.

Согласно новой концепции, торговая сеть, доля которой в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в Беларуси за предыдущий финансовый год превышает 15 %, признается занимающей доминирующее положение на товарном рынке, является монополистом в масштабах страны, и должна будет выполнять определенные требования. Кроме того, предлагается ограничить расходы на рекламу (0,5 % от выручки) и

ввести ограничения по организации рекламных игр (сумма бюджета рекламной игры установлена в размере 100 тыс. базовых величин (\$ 2,25 млн) [2].

На основе вышеизложенного, следует вывод, о том, что все лидеры розничного рынка сделали ставку:

- во-первых, на максимально быстрое расширение торговой сети с постепенным проникновением в регионы,
- во-вторых, на создание современной закупочной логистики как ключевого фактора роста и снижения закупочных цен,
- в-третьих, на создание единых стандартов сервиса и мерчандайзинга во всех торговых объектах сети.

В перспективе в развитии отечественного сетевого ритейла проявятся следующие тренды:

- усилится роль автоматизации торгово-технологических процессов, аналитики в принятии решений по ассортименту, работе с поставщиками и покупателями;
- усилится роль цифровых каналов в продвижении и коммуникациях с покупателями;
- будет происходить дальнейшее развитие программ лояльности;
- развитие персонализации в коммуникациях с клиентом.

#### ***Список использованных информационных источников***

1. О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: закон Республики Беларусь от 08.01.2014 г. № 128-З (с измен. и доп.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
2. В МАРТе начали публичное обсуждение документа об усилении госрегулирования торговых сетей [Электронный ресурс]. URL: [https://belretail.by/news/v-marte-nachali-publichnoe-obsujdenie-dokumenta-ob-usilenii-gosregulirovaniya-torgovyih-seteyutmcampaign=belretailbyjanuary2019&utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&spush=a2FmZWRYYS1raXR0MjAwN0ByYW1ibGVyLnJ1](https://belretail.by/news/v-marte-nachali-publichnoe-obsujdenie-dokumenta-ob-usilenii-gosregulirovaniya-torgovyih-seteyutmcampaign=belretailbyjanuary2019&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&spush=a2FmZWRYYS1raXR0MjAwN0ByYW1ibGVyLnJ1) (дата обращения 15.04.2019).
3. Итоги ритейл-года в Беларуси. Часть: FMCG-ритейл [Электронный ресурс]. URL: <https://belretail.by/article/itogi-riteyl-goda-v-belarusi-chast-fmcg-riteyl> (дата обращения 15.04.2019).